

El empleo de los medios de comunicación de masas en España. Un modelo estructural.

VIII Jornadas de Modelado Estructural
Diciembre de 2012

Antonio Francisco Alaminos Fernández



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Resumen

La investigación plantea en que modo diferentes variables sociodemográficas pueden llegar a explicar comportamientos especializados, como son el papel de liderazgo de opinión de los individuos o su exposición voluntaria a los medios de comunicación de masas. El modelo empírico muestra como ambas variables dependen de la edad, el género así como del nivel educativo formal que posea el individuo. Se aprecia la pervivencia de desigualdades tradicionales entre el género y el liderazgo público o el uso de los medios de comunicación de masas.

Introducción

La cuestión que se plantea en esta investigación es en que modo diferentes variables sociodemográficas pueden llegar a explicar comportamientos especializados, como son el papel de liderazgo de opinión de los individuos o su exposición voluntaria a los medios de comunicación de masas.

Análisis empírico

Los datos empleados proceden de la encuesta Eurobarometro de 2001; específicamente de la agrupación de la muestras efectuadas para España (EB56.2 y EB55.1). Con un total de 1749 casos, es estadísticamente representativa a nivel nacional.

Las variables empleadas son cinco. Tres de carácter sociodemográfico y dos índices contruidos por la combinación de otras variables. Las variables sociodemográficas empleadas son la “edad” del entrevistado, el “género” - mujer (0) y hombre (1) - y el “nivel educativo”. Esta última variable viene operativizada bajo la forma de número de años empleados en el sistema de educación formal. Los índices empleados son contruidos de forma estándar por la oficina a cargo del Eurobarometro. El primero de ellos esta referido al grado de liderazgo de opinión del entrevistado. Posee cuatro niveles: Muy elevado, elevado, bajo, muy bajo. Se construye mediante la combinación de categorías entre dos preguntas: grado de interés en la política e intentar convencer a los demás de sus opiniones. El índice para medir el uso de los medios de comunicación de masas es así mismo, el resultado de combinar las variable referidas a uso de los informativos de la televisión y los periódicos. Posee así mismo cuatro niveles que expresan grados de exposición a los medios: Muy elevado, elevado, bajo, muy bajo.

El modelo teórico propuesto especifica un modelo saturado, dado que o tiene grados de libertad. Esto implica que el ajuste global del modelo no puede ser testado, con respecto a modelos alternativos. Es decir, que comprobamos una única argumentación. Sí es factible comprobar la existencia de las relaciones entre las variables que forman el modelo, de modo conjunto. Es decir, evaluar los t valores de cada coeficiente. Así mismo, es interesante considerar el R cuadrado o coeficiente de determinación para evaluar el nivel de explicación alcanzado. Especialmente dado lo simple del modelo y la naturaleza de las variables empleadas. Las hipótesis

El empleo de los medios de comunicación de masas en España. Un modelo estructural

principales consideran que tanto el género como la edad influyen en el nivel educativo alcanzado. Esto sería así en la medida que aún no se han equilibrado en el conjunto de la población la relación entre género y educación según edad. La más reciente incorporación de forma masiva de la mujer al sistema educativo hace que para edades avanzadas sean menores los niveles educativos de las mujeres en relación al de los hombres. En ese sentido, tras la dependencia entre edad, género y educación se encuentra el cambio generacional. En ese sentido, muy probablemente desaparecerá en un futuro relativamente próximo. Pero muy probablemente se mantiene en la actualidad.

Así mismo, postulamos una relación de dependencia entre la actitud de líder de opinión, intentando convencer públicamente a los demás de su visión de las cosas y las tres variables mencionadas. La probabilidad de intentar convencer mediante conversaciones y discusiones públicas dependería del nivel educativo. Podemos esperar que, en conjunto, aquellos con un mayor nivel educativo alcancen un valor más elevado en la escala de liderazgo público, mientras que los menos cualificados mostrarían una mayor retracción (como media) a intentar convencer públicamente a los demás. Así mismo, las mujeres ejercerían un papel menos intenso en esa labor pública así como aquellos de mayor edad. Por último, el uso de los medios de comunicación de masas dependerían de ese grado de liderazgo manifestado por el individuo. Aquellos que mantienen y provocan conversaciones públicas sobre diferentes temas mostrarían una mayor propensión a estar informados de la actualidad. En ese sentido, la consecuencia de intentar convencer y conversar es la necesidad de estar informado para intentar dirigir y dominar en dichas conversaciones. Existiría, por lo tanto, una orientación psicológica más intensa hacia la exposición a los medios de comunicación de masas entre aquellos que les gustan mantener un debate público sobre la actualidad, en la esfera social. Está exposición dependería también, en parte de variables como edad, género o educación. Lo importante, en esta propuesta, es que la edad o el género tendría un efecto significativo en la exposición a los medios de comunicación de masas, colaterales y complementarios del efecto que ejercen a través del nivel educativo o del grado de liderazgo.

El empleo de los medios de comunicación de masas en España. Un modelo estructural

Es decir, siendo

X_1 = EDAD

X_2 = GÉNERO

Y_1 = EDUCACIÓN

Y_2 = LIDERAZGO

Y_3 = EXPOSICIÓN A MEDIOS

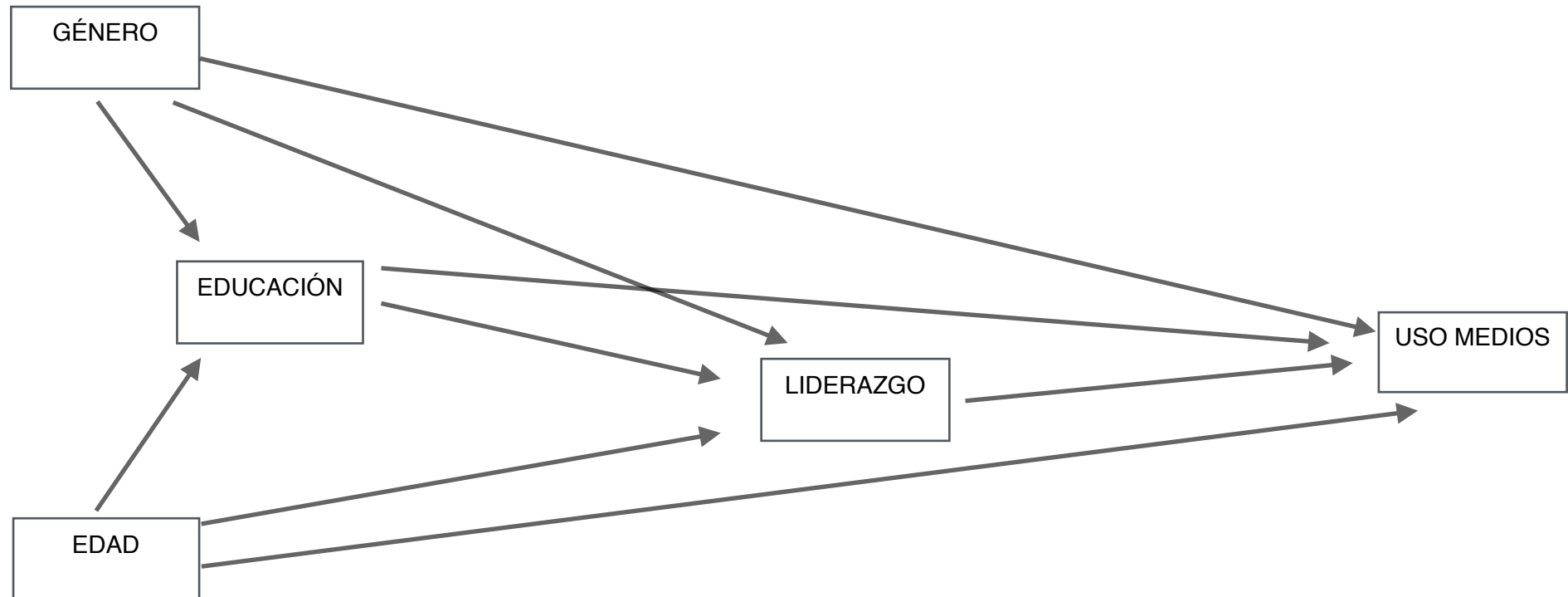
Luego la especificación del modelo es

$$Y_1 = a_1 + b_{11}X_1 + b_{12}X_2 + e_1$$

$$Y_2 = a_2 + g_{21}Y_1 + b_{21}X_1 + b_{22}X_2 + e_2$$

$$Y_3 = a_3 + g_{31}Y_1 + g_{32}Y_2 + b_{31}X_1 + b_{32}X_2 + e_3$$

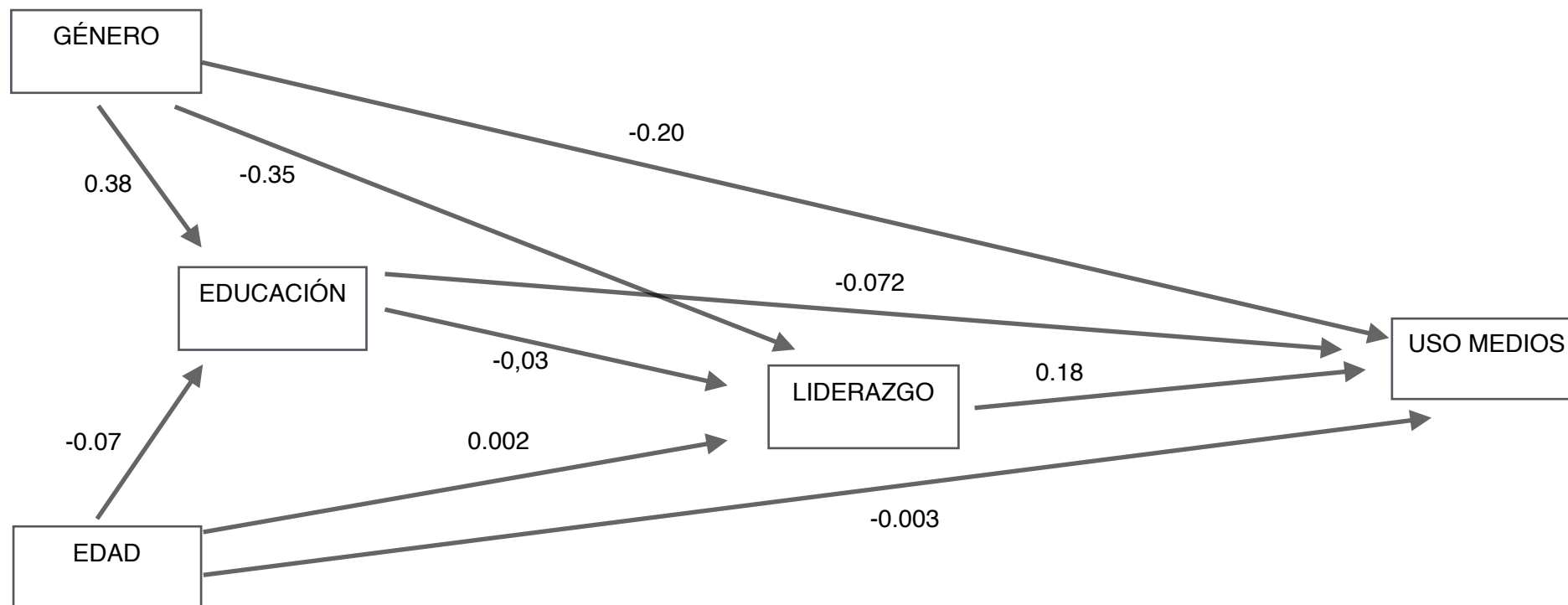
MODELO TEÓRICO PROPUESTO



Ajuste empírico sobre los datos.

El empleo de los medios de comunicación de masas en España. Un modelo estructural

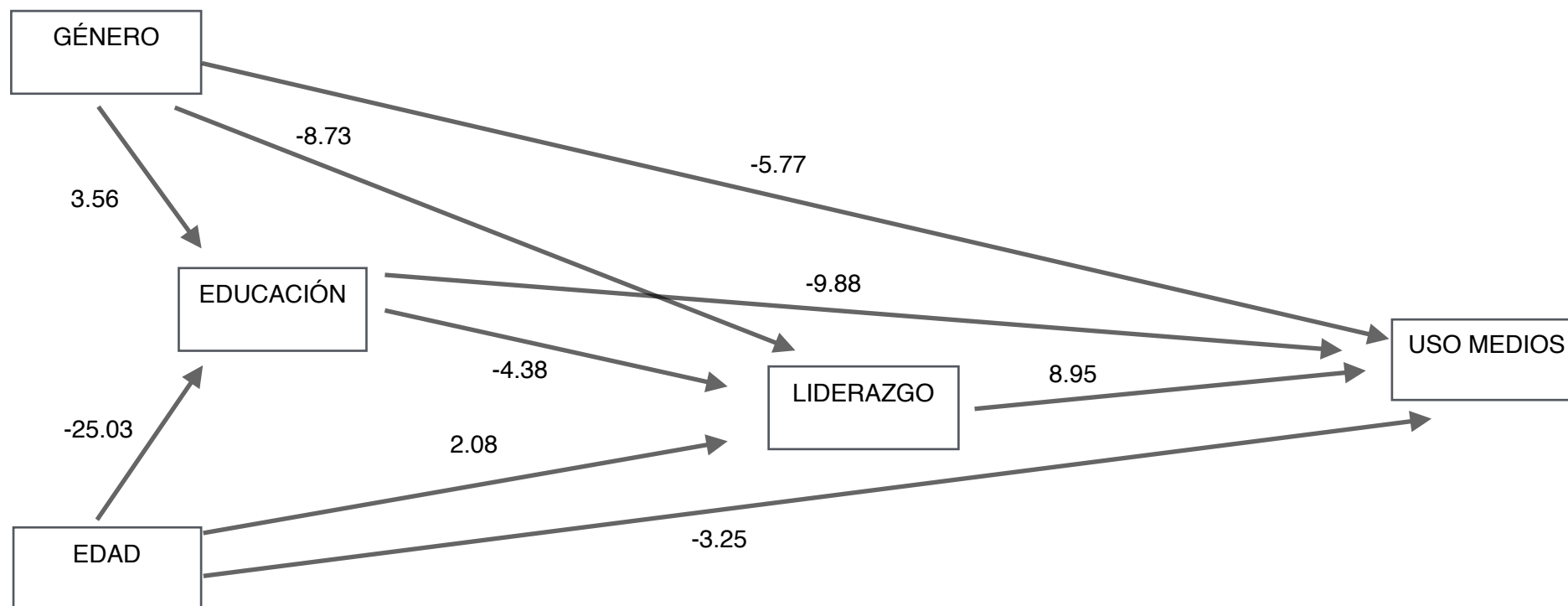
MODELO AJUSTADO COEFICIENTES BRUTOS



CHI-CUADRADO 0.00 df 0 p-valor 1 RMSA 0.0

El empleo de los medios de comunicación de masas en España. Un modelo estructural

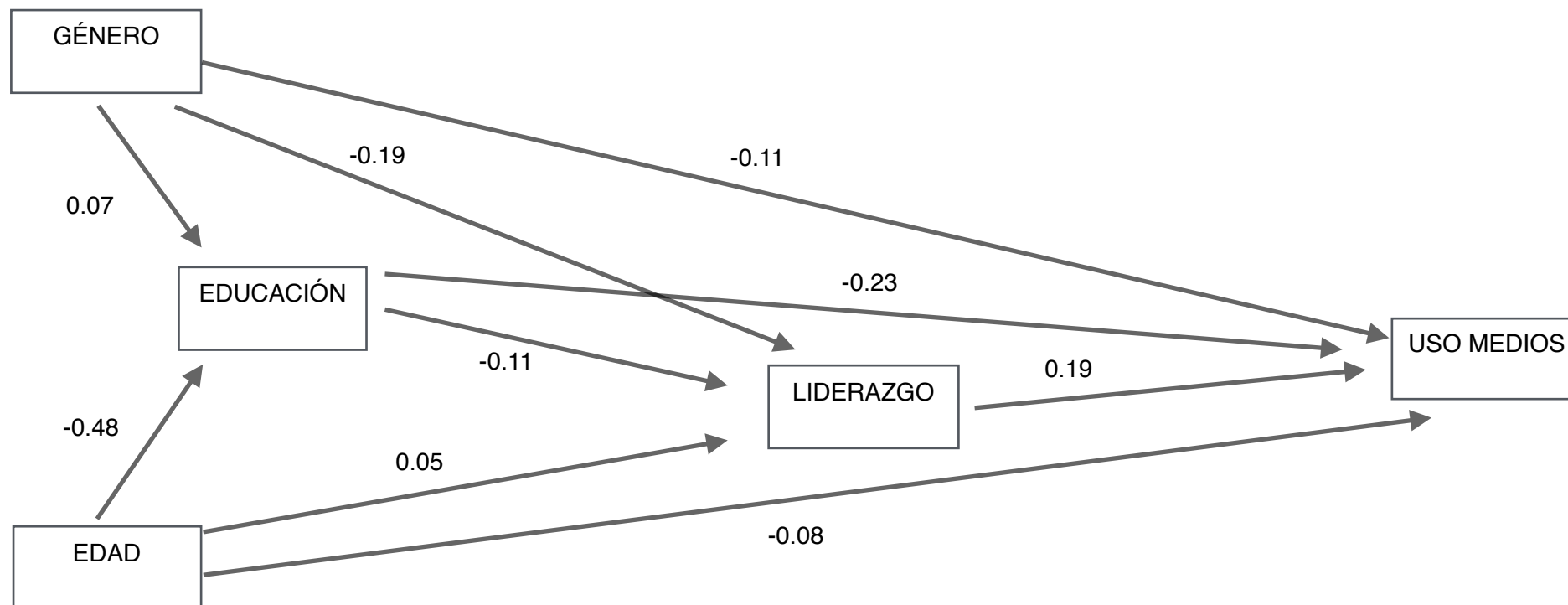
MODELO AJUSTADO COEFICIENTES BRUTOS t



CHI-CUADRADO 0.00 df 0 p-valor 1 RMSA 0.0

El empleo de los medios de comunicación de masas en España. Un modelo estructural

MODELO AJUSTADO COEFICIENTES ESTANDAR



CHI-CUADRADO 0.00 df 0 p-valor 1 RMSA 0.0

El empleo de los medios de comunicación de masas en España. Un modelo estructural

El modelo ajusta correctamente al ofrecer coeficientes significativos en todas las relaciones propuestas teóricamente. Al ser un modelo confirmatorio saturado, los indicadores de bondad de ajuste como P o RMSA no son significativos. El resultado de ajustar el modelo estructural es el siguiente siendo.

X1 = EDAD

X2 = GÉNERO

Y1 = EDUCACIÓN

Y2 = LIDERAZGO

Y3 = EXPOSICIÓN A MEDIOS

Y utilizando coeficientes estandarizados

$$Y1 = -0.48X1 + 0.07X2 + 6.09$$

$$Y2 = -0.11Y1 + 0.05X1 - 0.19X2 + 0.84$$

$$Y3 = -0.23Y1 + 0.19Y2 - 0.08X1 - 0.11X2 + 0.68$$

Podemos comprobar como aún se mantiene la desigualdad en el nivel educativo según género. Con un coeficiente significativo de 0.07, es mayor en nivel educativo entre los hombres. Ya se aprecia el cambio generacional, en la medida que encontramos un signo negativo en la relación con edad. Los más jóvenes tienen mayor nivel educativo que las generaciones de mayor edad. En términos de liderazgo de opinión, este es mayor entre los hombres (-.19) y menor entre los más jóvenes (0.05). Por último, el empleo de medios de comunicación es más elevado según el nivel educativo, el grado de liderazgo, edad y género masculino. La exposición a los medios es explicada en un 11% con las variables empleadas. Un porcentaje bastante significativo dado el número reducido de variables empleadas, tres de ellas de carácter sociodemográfico.

Conclusión

El modelo empírico muestra como el grado de liderazgo social y exposición a los medios de comunicación de masas continúan dependiendo la edad, el género así como del nivel educativo formal que posea el individuo. Se aprecia la pervivencia de desigualdades tradicionales entre el género y el liderazgo público o el uso de los medios de comunicación de masas.

ANEXO: OUTPUT DEL ANALISIS. MODELO SATURADO.

observed variables sexo edad edu oli media
sample size 1749
covariance matrix

.250
-.542 304.602
.138 -23.801 7.989
-.094 1.860 -.396 .889
-.074 .993 -.585 .197 .770

equations
edu = sexo edad
oli = sexo edad edu
media = sexo oli edad edu

path diagram
end of problem

Number of Iterations = 0

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

Structural Equations

edu = 0.38*sexo - 0.077*edad, Errorvar.= 6.09 , R = 0.24

(0.11) (0.0031) (0.19)
3.56 -25.03 32.38

oli = - 0.035*edu - 0.35*sexo + 0.0027*edad, Errorvar.= 0.84
R= 0.059

(0.0081) (0.040) (0.0013) (0.026)
-4.38 -8.73 2.08 32.38

media = - 0.072*edu + 0.18*oli - 0.20*sexo - 0.0038*edad,
Errorvar.=0.68 R= 0.11

(0.0073) (0.020) (0.037) (0.0012)
(0.021)
-9.88 8.95 -5.37 -3.25 32.38

Reduced Form Equations

edu = 0.38*sexo - 0.077*edad, Errorvar.= 6.09, R = 0.24
(0.11) (0.0031)
3.56 -25.03

oli = - 0.36*sexo + 0.0055*edad, Errorvar.= 0.84, R =
0.050

(0.040) (0.0012)
-9.06 4.74

El empleo de los medios de comunicación de masas en España. Un modelo estructural

media = - 0.29*sexo + 0.0027*edad, Errorvar.= 0.75, R = 0.031

(0.038) (0.0011)
-7.68 2.53

Minimum Fit Function Chi-Square = 0.00 (P = 1.00)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 0.00 (P = 1.00)

The Model is Saturated, the Fit is Perfect !

Covariance Matrix of Independent Variables

	sexo	edad
sexo	0.25 (0.01) 32.38	
edad	-0.54 (0.19) -2.84	304.60 (9.41) 32.38

Time used: 0.180 Seconds

Covariance Matrix of Latent Variables

	edu	oli	media	sexo	edad
edu	7.99				
oli	-0.40	0.89			
media	-0.58	0.20	0.77		
sexo	0.14	-0.09	-0.07	0.25	
edad	-23.80	1.86	0.99	-0.54	304.60

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 0

Bibliografía

Alaminos A. F (2011) Los medios de comunicación y la orientación política. Universidad de Alicante

Alaminos A & Penalva C (2010) Los medios de comunicación y el cambio político en España (1991-2000). Revista Sistemas.

Blesa P. (2006) Medios de comunicación y democracia: ¿El poder de los medios o los medios al poder? Sphera pública. Nº6

Castillo A. (2011) Los medios de comunicación como actores sociales y políticos. Poder, medios de comunicación y sociedad. Razón y palabra. Nº75.

El empleo de los medios de comunicación de masas en España. Un modelo estructural



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

VIII Jornadas de Modelado Estructural
Diciembre de 2012

El empleo de los medios de comunicación de masas en España. Un modelo estructural

Antonio Francisco Alaminos Fernández

Antonio Francisco Alaminos Fernández